cherche à gagner sa vie, il rencontre d'autres hommes se livrant à la même occupation. Tous peuvent ne pas le faire d'après les mêmes méthodes, il n'en est pas moins vrai que cette occupation n'est pas unique. Dès qu'un certain nombre de personnes font le même genre de travail, quelqu'un lance un journal s'occupant des besoins de ces personnes.

Le champ embrassé par les journaux commerciaux est vaste. Ces journaux s'occupent de tous les commerces, de toutes les professions, portent partout la bonne parole, luttent dans l'intérêt de la branche qu'ils représentent, renseignent ceux qui les lisent sur ce que font les autres commerçants et éveillent leur attention sur les nouveautés qui se produisent continuellement.

Si les journaux commerciaux disparaissaient tout-à-coup, les résultats seraient terribles. Si ces intermédiaires entre les diverses personnes s'occupant du même commerce cessaient tout d'un coup de circuler, les affaires, la science, les commerces et les professions reculeraient avant qu'il soit longtemps et pa-ta-geraient dans l'obscurité, sans pouvoir faire de progrès, faute de lumière et de renseignements.

Sans journaux commerciaux, les affaires prendraient un aspect particulier. L'activité et les progrès actuels seraient choses du passé, les toiles d'araignées orneraient l'entrée d'un grand nombre de magasins de détail de la campagne, les marchands de gros et les distributeurs seraient forcés de chercher un autre moyen de gagner leur vie. Les manufactures fermeraient leurs portes, faute de commandes et des milliers d'hommes seraient sans emploi.

Si les journaux commerciaux disparaissaient soudainement, et qu'il ne reste plus que les catalogues des maisons faisant affaires par correspondance, le résultat serait encore plus désastreux, car on ne vendrait que les marchandises qui se vendent par correspondance et cela, aux prix demandés par les vendeurs.

Les journaux commerciaux contribuent beaucoup au développement d'un pays. Ils accomplissent de grandes choses, car ils s'adressent à certaines classes de la population qui travaillent à l'unisson, grâce à leurs organes.

Il n'est pas probable que les journaux commerciaux cessent jamais d'exister, car ils sont aussi importants au pays qu'un bon gouvernement à l'existence heureuse du peuple.

Par l'intermédiaire des journaux commerciaux, les manufacturiers attirent l'attention des marchands de gros sur leurs produits; par le même intermédiaire, les marchands de gros attirent l'attention des détaillants sur leurs marchandises et, grâce aux renseignements fournis par les journaux commerciaux, les détaillants peuvent attirer l'attention

des consommateurs sur les marchandises à vendre. On voit donc que, par un enchaînement continu, les journaux commerciaux font passer les marchandises entre toutes les mains, à partir de la matière première jusqu'à ce qu'elles arrivent entre les mains du consommateur. Sans eux le problème de la distribution serait difficile à résoudre.

AU SUJET DU THE

Le marchand au détail n'a pas en général des connaissances très approfondies sur le thé.

L'auteur de cet article, écrit par M. John H. Blake pour le "Grocery World", ne s'est que trop bien rendu compte de cette vérité; car au cours des années pendant lesquelles il a eu à faire aux marchands de thé, ce n'est que rarement qu'il a rencontré un homme ayant des connaissances plus que superficielles au sujet de la feuille de thé.

Mais il ne faut pas s'étonner d'un tel manque de science ou de connaissances. Le contraire serait plutôt étonnant.

L'appréciation du thé est une science, mais ce n'est pas une science fixe, précise.

Avec l'assurance que donne la jeunesse, l'homme qui a quelques années d'expérience dans le commerce du thé, croit comprendre entièrement sa spécialité, et il est sincère dans sa croyance.

Qu'il travaille cinq ans de plus dans la manipulation du thé, et il vous assurera qu'il est passé maître dans ce commerce. Au bout de dix ans, il commence à avoir des doutes sur son habileté; parfois à se rendre compte, sans qu'il veuille l'admettre, qu'après tout il n'en sait pas autant qu'il pensait; tandis qu'une expérience de vingt ans lui prouvera, s'il n'est pas un de ces hommes infatués d'eux-mêmes qu'on rencontre quelque fois parmi les commerçants, qu'il devra continuer à apprendre tant qu'il vivra.

Les opinions sur les valeurs et les sortes de thé, sur la feuille, sont basées sur la science, l'expérience, mais spécialement sur le degré de culture donné aux sens naturels.

Par conséquent, comme les sens naturels de chaque individu—la vue, le toucher, le goût et l'odorat—diffèrent de subtilité, il y a place pour la discussion au sujet de chaque opinion formulée sur une valeur ou une qualité de thé.

Il s'en suit que les marchands de thé, de même que les médecins, diffèrent souvent dans leur diagnostic; mais si la connaissance de la feuille du thé était une science populaire, générale, ces différences d'opinion ne donneraient lieu à aucun commentaire.

En réalité ces différences d'opinion sur les valeurs sont attendues par les

hommes qui ont de l'expérience dans le commerce du thé.

C'est sur des points très subtils dans des décisions qui ne diffèrent que de l'épaisseur d'un cheveu, que se manifestent ces divergences d'opinions.

En dehors des choses de simple opinion personnelle ou de jugement, il existe certaines règles fondamentales pour apprécier et placer le thé par catégories, ces règles, généralement acceptées, non arbitraires, agissent comme guides pour la formation d'une opinion.

Ces règles sont si bien comprises que l'opinion d'un commerçant de thé expérimenté se rapproche de très près de la réalité.

Mais un marchand au détail n'a pas, dans une facture, à fixer la valeur des thés qu'il vend à une fraction de cent. Il n'est pas non plus appelé à évaluer un thé Moyune à un moment et, une minute après, un thé de l'Inde.

Une connaissance experte, des années d'expérience pratique et des sens naturels entraînés sont, bien entendu, nécessaires à l'homme qui fait de l'appréciation du thé une profession; mais il ne s'en suit pas que le marchand-détaillant, désirent acquérir une science suffisante pour se protéger dans son commerce, doit posséder la science d'un expert.

Pour un tel but, de légères connaissances sont tout ce qui est nécessaire et ces connaissances s'acquièrent facilement, quand on sait comment s'y prendre.

En règle générale, le marchand-détaillant de thé n'a à exercer son jugement que sur un petit nombre d'espèces et de qualités, et ces thés étant toujours similaires dans les diverses qualités sont d'autant mieux compris en ce qui concerne la qualité.

Donc, étant donnée une subtilité ordinaire de goût et d'odorat, tout ce qui est nécessaire, c'est une connaissance générale de la feuille, une compréhension des diverses méthodes de manutention, et que la connaissance des quelques règles simples qui constituent l'art d'apprécier le thé.

Comparant les explosions de chaudières en Angleterre et aux Etats-Unis, le consul Halstead constate que, pendant les douze mois finissant au 30 juin, il y a eu en Grande-Bretagne, 11 personnes tuées et 40 blessées par explosions dues à la vapeur; aux Etats-Unis, 11 accidents ont tué 383 personnes et ont blessé 585. Le nombre de chaudières à vapeur aux Etats-Unis passe pas de plus de 50 pour cent des chaudières de la Grande-Bretagne de sorte que le pourcentage des accidents aux personnes est dix fois plus grand aux Etats-Unis qu'en Angleterre.